



Centro Universitário de Brasília – UniCEUB
Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais
Aplicadas - FATECS

JOÃO PEDRO VALENÇA SANTIAGO
DANIEL MENDES FRANÇA DOMINGUES

COM AS PRÓPRIAS MÃOS

A websérie

BRASÍLIA
2015

JOÃO PEDRO VALENÇA SANTIAGO
DANIEL MENDES FRANÇA DOMINGUES

COM AS PRÓPRIAS MÃOS

A websérie

Trabalho apresentado como requisito de
Bacharel ao curso de Comunicação Social
com habilitação em Publicidade e
Propaganda da Faculdade de Tecnologia
e Ciências Sociais Aplicadas do Centro
Universitário de Brasília – UniCEUB
Orientadora: Flor Lopes..

BRASÍLIA

2015

JOÃO PEDRO VALENÇA SANTIAGO
DANIEL MENDES FRANÇA DOMINGUES

COM AS PRÓPRIAS MÃOS

A websérie

Trabalho apresentado como requisito de Bacharel ao curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Orientadora: Flor Lopes.

Brasília, 15 de junho de 2015

BANCA EXAMINADORA

Prof. Flor Lopes
Orientadora

Prof. Bruno Nalon
Examinador

Prof. André Ramos
Examinador

Dedicamos esse trabalho a toda uma geração de jovens que estão comendo a vida com uma colher grande.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente gostaríamos de agradecer à nossa orientadora Flor, que nos apoiou durante todo o semestre, mostrando entusiasmo que nos motivou até o final. Às nossas famílias e namoradas que sempre nos deram suporte e possibilitaram toda essa educação que nos foi dada.

Aos artistas entrevistados, gratidão imensa! Pedro Sangeon, praticamente um guru, cheio de pensamentos positivos e zen como seu personagem gurulino. TOYS, que encontrou tempo em sua agenda apertada para nos encontrar e ainda nos deixou invadir seu ateliê. A todo coletivo desculpinha, principalmente aos irmãos kosha: Rodrigo e Taís que acreditaram em nosso projeto e tiveram a coragem de colocar a cara a tapa. Ao amigo Artur Cavalcanti, que compartilhou sua experiência e dividiu essa visão de mundo conosco. Ao VJ Artur Pessoa que se dispôs com a maior boa vontade do mundo para nos receber em sua casa e à sua namorada Julia Oga, que foi pega de surpresa e também nos concedeu uma entrevista e cortesias para a festa daquela noite.

Por último, mas não menos importante, gostaríamos de agradecer um ao outro. Não seria possível ter realizado este projeto sozinho. Duas cabeças ajudaram a ultrapassar as dificuldades técnicas e criativas, na cobrança e apoio de um ao outro.

“Isto é para os loucos. Os desajustados. Os rebeldes. Os criadores de caso. Os que são peças redondas nos buracos quadrados. Os que vêem as coisas de forma diferente. Eles não gostam de regras. E eles não têm nenhum respeito pelo status quo. Você pode citá-los, discordar deles, glorificá-los ou difamá-los. Mas a única coisa que você não pode fazer é ignorá-los. Porque eles mudam as coisas. Eles empurram a raça humana para frente. Enquanto alguns os vêem como loucos, nós vemos gênios. Porque as pessoas que são loucas o suficiente para achar que podem mudar o mundo são as que, de fato, mudam.”
Steve Jobs

RESUMO

Este Trabalho de TCC é o episódio piloto, em formato de documentário, para a Websérie “Com As Próprias Mãos”. A idéia do conceito surgiu da interpretação da expressão inglesa Do It Yourself e retrata uma geração que está mudando a cara de Brasília. Sejam empreendedores, artistas ou produtores culturais.

O episódio piloto aborda a arte independente em Brasília. Traz depoimentos de sete artistas visuais, entre VJs, grafiteiros e pintores que trabalham de forma autônoma, fazendo o que gostam. Eles falam sobre suas perspectivas de arte independente, Do It Yourself, realização profissional e como as redes sociais ajudaram tudo isso se tornar realidade.

Palavras-chave: Websérie. Documentário. Do It Yourself. Arte Independente. Geração Y.

ABSTRACT

This work is a pilot for a Web Series called “Com As Próprias Mãos” meaning “with your own hands”. The idea for the concept came from an interpretation of the term “Do It Yourself” and portrays a generation that is changing the face of Brasília. They are entrepreneurs, artists and cultural producers.

The pilot has testimonies of seven visual artists, among VJs, graffiti artists and painters that work autonomously, doing what they enjoy to do. They talk about their perspective on independent art, Do It Yourself and success and how social network made it all come true.

Palavras-chave: Web Series. Documentary. Do It Yourself. Independent Art. Generation Y.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
1.1 Tema.....	11
1.2 Objeto.....	11
1.3 Objetivos	11
1.3.1 <i>Geral</i>	11
1.3.2 <i>Específico</i>	11
1.4 Justificativa.....	12
 2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	 13
2.1 Geração Y.....	13
2.2 Cultura do Remix.....	14
2.3 Economia Criativa.....	14
2.4 Documentário.....	15
2.5 Websérie	16
2.6 Consumo Autoral.....	17
 3. METODOLOGIA.....	 19
3.1 Pesquisa.....	19
3.2 Entrevista.....	19
3.3 Roteiro.....	20
3.4 Processo de Produção da Websérie.....	20
3.5 Diário de Bordo.....	21
3.6 Tópicos Realizados nas Entrevistas.....	24
4. COSIDERAÇÕES FINAIS.....	25
 REFERÊNCIAS.....	 26
APÊNDICE.....	28
ANEXO.....	3

1. INTRODUÇÃO

Com o avanço da tecnologia, a comunicação deixou de ser monopolizada pelas grandes emissoras e tornou-se mais livre e democrática. A disseminação das redes sociais, como por exemplo, o Youtube, permite ter um próprio canal e divulgar o conteúdo que deseja.

A internet e as mídias sociais modificaram toda uma sociedade. Câmeras fotográficas deixaram de ser de uso exclusivo de profissionais, estando presentes, inclusive, em celulares. Com isso, o conceito *Do It Yourself*, abordado no trabalho, se aproxima à publicidade, no sentido que, possibilitam a comunicação também ser *D.I.Y.*, algo que não era possível há algumas décadas atrás.

A ideia para o conceito, assim como a expressão inglesa *Do It Yourself* surgiu na década de 50, pós Segunda Guerra Mundial, quando a falta de material forçou a população a fazer "com as próprias mãos" tudo aquilo que precisavam, transformavam madeira em móveis e sapatos, tecidos em roupas, etc.

Contudo, a expressão foi mais difundida como um movimento nos anos 70, onde bandas de *punk rock* tinham como ideologia o anti-consumismo e pregavam o *D.I.Y.* como uma "escapatória" do capitalismo. Para evitar pagar profissionais para gravar, produzir e mixar, as bandas faziam tudo por si próprios.

Os jovens de hoje em dia estão cada vez mais angustiados ao perceber que suas expectativas superam (e muito) a realidade do mundo em que vivem. A prosperidade econômica vivida nos anos 70, 80 e 90 já não é mais uma realidade. O mundo está sofrendo uma crise econômica e àqueles que estão entrando agora no mercado de trabalho percebem que a realização profissional está cada vez mais distante. Diante disso, dentro de uma nova "crise" econômica, o conceito do *Do It Yourself* está de volta.

Este é um processo que ocorre ao redor do mundo, pois os jovens de hoje em dia, cresceram junto com a internet, facilitando a troca de informações, o ensino informal e o encontro de pessoas com interesses parecidos, diminuindo as distâncias geográficas.

Percebe-se que alguns artistas independentes de Brasília, dada a falta de apoio financeiro unida à força de vontade e paixão pelo que fazem, tornam possível a realização de seus projetos e trabalhos. Todo o planejamento, produção e execução, assim como, a organização e divulgação, são feitas pelos próprios artistas.

Os artistas independentes de Brasília possuem características semelhantes ao movimento *D.I.Y.*, diante disso, através de observação empírica, analisar as manifestações e seus impactos, tornam-se relevantes para a execução do trabalho.

Na Asa Norte, em Brasília, cada vez mais, espaços de interação ganham destaque entre a população. Atuando de forma autônoma e independente, galerias, bares e até apartamentos se tornam locais para a manifestação e divulgação de arte independente - *D.I.Y.*.

1.1 Tema

Com as Próprias mãos - Uma Websérie sobre o movimento Do It Yourself em Brasília.

1.2 Objeto

Este trabalho de TCC é o episódio piloto de uma websérie, no formato de documentário. Que tem como objeto mostrar como, os jovens da geração y, em Brasília, estão trabalhando com o que gostam de forma autônoma e mudando o mercado de trabalho do mesmo.

1.3 Objetivos

1.3.1 Geral

Esta websérie tem como objetivo principal documentar como a nova geração de jovens está buscando realização profissional fazendo o que gosta.

1.3.2 Específicos

- Entrevistar artistas independentes de Brasília.
- Mostrar como esses artistas conseguem se sustentar através do trabalho autônomo.
- Questionar a relação entre trabalho, propósito e realização profissional.
- Perguntar o que estes artistas entendem por: arte independente, do it yourself e realização profissional.

1.4 Justificativa

Este trabalho de TCC é um projeto experimental em forma de Websérie/Documentário. Com intuito de retratar os anseios e motivações de uma geração que cresceu em um mundo pós-Revolução Digital e entender como esses jovens estão realizando seus projetos e trabalhando de forma autônoma porém colaborativa e mudando o *status quo* do mercado de trabalho.

Segundo estudo realizado pela empresa de pesquisa qualitativa Box 1824: os jovens da Geração Y (nascidos entre 1982 e meados dos anos 90) anseiam em trabalhar com aquilo que gostam. Diferente de seus pais e seus avós, a realização profissional e o sucesso tem a ver com prazer e não necessariamente com dinheiro.

A facilidade para acessar e divulgar informações tornou possível o encontro de pessoas de todos os lugares. Com ajuda das redes sociais, qualquer conteúdo pode tomar proporções globais e pessoas com interesses parecidos podem se conectar gerando novas oportunidades para divulgar seu trabalho, seja o que for.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Geração Y

Segundo Neil Howe e William Strauss (2009) os millennials, também conhecidos como Geração y, são aqueles nascidos entre 1982 e meados da década de 90. Foi a primeira geração a crescer em mundo digitalizado, onde a internet dominou como sistema de interação midiática e social.

“Esta geração logo descobriu que INFORMAÇÃO e OPORTUNIDADE são palavras de ordem, que modificam, revolucionam, oportunizam a todos ao desejoso lugar ao sol, a que todos ansiamos.” (MUSACCHIO, 2012)

De acordo com Musacchio (2012) esses jovens almejam bons empregos, mas estão mais preocupados em realizar. Não se apegam a empresas, estão preocupados em participar de projetos que os façam compreender e evoluir em seus anseios. Buscam organizações que lhes dêem flexibilidade de horários, liberdades para exprimirem suas ideias, comportamentos, vestuários. São profissionais que trabalham por metas, objetivos, responsabilidades e são avessos a horários. Não se importam em trabalhar mais que oito horas por dia, mas com suas velocidades, tecnologias de comunicação e informação.

Conforme vídeo pesquisado:

Além de ter um emprego, se tornou importante ter um propósito que pode ser exercido de várias formas ao mesmo tempo. Mobilidade, espaços compartilhados, home-offices e a possibilidade de criar seu próprio horário fazem o trabalho sempre presente em qualquer momento em todos os lugares.

Por essa razão, pessoas de diferentes estilos tem mais liberdade para exercitar seus talentos e até os mais introvertidos podem transformar idéias em negócios milionários.(BOX 1824, 2012)

Segundo a Eldeman (2012), uma das maiores empresa de relações publicas do mundo, 48% dos millennials afirmam que possuir o seu próprio negocio é um de seus maiores objetivos na vida. E esta é uma realidade que não é diferente aqui no Brasil, onde 65% dos jovens possuem o sonho do próprio negocio, superando a media mundial.

2.2 Cultura do remix

Remix significa pegar artefatos culturais, combinar e manipula-los em novas formas de misturas criativas. Até recentemente, significava usar técnicas de edição de áudio para produzir um mix alternativo de uma musica já gravada anteriormente, tirando vários componentes instrumentais e remixando-os em algo que soe completamente diferente, segundo Knobel e Colin (2008)

O processo de “re-mixagem” começou com o pós-modernismo e ganhou contornos planetários com a globalização, atingindo seu apogeu com as novas mídias.(LEMOS A., 2005)

Sendo a mais importante forma de produção de conteúdo do século 21. Essa nova cultura, é livre, colaborativa, produzida de muitos para muitos e pronta para ser remixada e transformada em algo diferente. (LEMOS, R.; CACCURI, 2012)

2.3 Economia Criativa

A Economia Criativa é tudo aquilo que compreende atividades resultantes da imaginação de indivíduos, com finalidades econômicas. (WACHOWICZ; CRUZ; SILVA, 2011)

Podemos dizer que os setores que estão ligados a economia criativa são todos aqueles que têm sua origem na criatividade, habilidade e talento individuais e que

têm um potencial para geração de empregos e riquezas por meio da geração e exploração da propriedade intelectual. Incluindo propaganda, arquitetura, o mercado de artes e antiguidades, artesanatos, design, design de moda, filme e vídeo, software de lazer interativo, música, artes cênicas, publicações, software e jogos de computador, televisão e rádio. (BRITISH COUNCIL, Oct. 2005)

As expressões indústrias criativas e economia criativa são novas. Ainda que ambos os termos possam ser alcançados pelo expressivo debate que as várias disciplinas científicas travam à volta do que é chamado de “terceira revolução industrial” e, por extensão, estejam conectados com a variada gama de denominações que tentam capturar o paradigma de produção da sociedade contemporânea - sociedade pós-industrial, pós-fordista, do conhecimento, da informação ou do aprendizado - o certo é que, querendo significar um setor da economia ou almejando tornar-se um campo específico do conhecimento, não deixam de constituir-se em uma novidade bastante recente. (MIGUEZ, 2007 p.96-97)

2.4 Documentário

Para Bill Nichols (2005), documentário é uma representação do mundo em que vivemos. Onde representa-se uma visão do mundo, com a qual talvez nunca tenhamos nos deparados antes, mesmo que as vezes possuam aspectos do mundo que nos sejam familiares.

Julgamos uma reprodução por sua fidelidade ao original - sua capacidade de se parecer com o original, de atuar como ele e de servir aos mesmos propósitos. Julgamos uma representação mais pela natureza do prazer que ela proporciona, pelo valor das ideias ou do conhecimento que oferece e pela qualidade da orientação ou da direção, do tom ou do ponto de vista que instila. Esperamos mais da representação que da reprodução. (NICHOLS; MARTINS, 2005 pg.48)

Segundo Colaço (2010), no documentário, a abordagem tem que ser de grande importância para a sociedade e, além disso, ter estilo autoral e abordar assuntos paralelos e pouco abordados normalmente. Não segue uma estrutura padrão. Parte

de um pé-roteiro, que possui uma proposta inicial, mas que pode ser alterado de acordo com o material encontrado. Tem uma produção muito similar ao cinema: pré-produção, pré-roteiro, produção técnica.

No documentário temos mais liberdade para imprimir uma impressão de autenticidade. Significa e representa o interesse dos espectadores, segundo Nichols (2005).

A tradição do documentário está profundamente enraizada na capacidade de ele nos transmitir uma impressão de autenticidade. E essa é uma impressão forte. Ela começou com a imagem fílmica, bruta e a aparência de movimento: não obstante a pobreza da imagem e 'a coisa fotografada, a aparência de movimento permaneceu indistinguível do movimento real. (NICHOLS, 2005 pg. 20)

2.5 Websérie

Uma websérie é uma narrativa audiovisual de qualquer gênero produzida exclusivamente para a Internet, dividida em episódios. as webséries utilizam as estratégias consolidadas pela televisão, porém incorporam recursos online para ativar a participação por parte do público. O público registrado nas comunidades virtuais das webséries normalmente possuem vantagens, como a possibilidade de assistir novos episódios, trailers e making of, entre outras. (ROMERO; CENTELLAS, 2008).

Segundo Henry Jenkins, as webséries são classificadas como estratégias para narrativas transmidiáticas. Uma história é contada em diferentes mídias, onde cada mídia exerce uma função na história. Esse tipo de narrativa pode ser percebida no marketing viral, quando o consumidor é envolvido em uma trama não-linear que reúne vários fragmentos que, só tornam clara a história quando juntos. (JENKINS, 2009)

A circulação de conteúdos – por meio de diferentes sistemas midiáticos, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras

nacionais – depende fortemente da participação ativa dos consumidores. Meu argumento aqui será contra a ideia de que a convergência deve ser compreendida principalmente como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos. Em vez disso, a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos. (JENKINS, 2009 p.29-30)

Em 2011 foi realizada uma pesquisa para analisar os tipos de Webséries que existem no canal Youtube. Foram encontrados os seguintes gêneros: comédia, drama, informação, reality show, ficção científica, publicidade, documentário e videoblog.

Hoje existe uma tendência na produção desse tipo de conteúdo online feito com baixo orçamento, mas de forma criativa, disponibilizado gratuitamente por diversos sites como YouTube, Vimeo, entre outros. No Brasil, o canal “Porta dos Fundos” é um exemplo de produção relativamente simples e que faz enorme sucesso nas redes sociais.

Esse tipo de divulgação está sendo feita tanto por amadores como por grandes empresas de mídia que tem a possibilidade de avaliar o *feedback* através do número de views, compartilhamentos e comentários. Mas diferentemente do conteúdo amador e/ou caseiro que popularizou o YouTube (GREEN; BURGUESS, 2009), as webséries em geral são vinculados a produtoras independentes, com alguma experiência no campo audiovisual.

2.6 Consumo Autoral

De acordo com Francesco Morace (2009) o mundo das mercadorias e dos produtos deverá cada vez mais se confrontar com um novo protagonista do mercado: o consumidor autor. Para o sociólogo italiano, quando se fala sobre

consumo autoral, inovação significa permitir que a criatividade e o design tenham uma função que, até há pouco tempo, era exclusiva à tecnologia.

“Duchamp já tinha entendido o verdadeiro percurso que se inicia na sociedade nascente: a mercadoria se torna extraordinária expressão do talento artístico” (MORACE, 2009, p.14). Mas não só dos designers, mas também do consumidor-autor, cuja interação com produtos e marcas é repleta de criatividade. Na Geração Y, que cresceu conectada aos conteúdos virtuais, esse comportamento é percebido claramente e contribuiu para estabelecer novos parâmetros de comportamentos mentais para o pensar, decidir e avaliar.

A capacidade e paixão combinatória típica do “corta e cola criativo”, a velocidade relacional do SMS, o compartilhamento de projetos do file-sharing, o aprofundamento narrativo do DVD, a exploração personalizada típica do GPS, a memória seletiva possível com o iPod, as formas do do-it-yourself de convívio típicas da vídeo fotografia digital ou da experimentação expressiva dos Djs têm indicado um caminho, partindo da concretude das práticas de vida e da força propositiva dos novos esquemas mentais. Esses esquemas vão em direção ao universo do consumo autoral (MORACE, 2009, p.15).

Também segundo Morace:

“As empresas tornam-se laboratórios de propostas de novos movimentos culturais para cidadãos-artistas capazes de reelaborá-las. A comunicação torna-se capacidade performativa que se aproxima das tonalidades da pop art ou do simbolismo, do expressionismo ou do informal. A distribuição e a venda tornam-se happenings, espacialismo e situacionismo, enquanto o mundo da embalagem se aproxima da sensibilidade de artistas como Cesar ou Christo.” (MORACE, 2009, p.11)

3. Metodologia

3.1 Pesquisa

Segundo Markoni e Lakatos (2002), primeiramente deve se determinar o problema, analisa-lo e avalia-lo para se obter uma pesquisa bem concluída.

Este TCC partiu de uma pesquisa bibliográfica sobre o tema. Procuramos informações em diferentes meios como: revistas, livros, monografias, websites e videos.

A pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias, abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc., até meios de comunicação orais: rádio, gravações e fita magnética ou audiovisuais: filmes e televisão. Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto, inclusive conferências seguidas de debates que tenham sido transcritos por alguma forma, quer publicadas, quer gravadas. (MARCONI, LAKATOS, 2002 p.71)

3.2 Entrevista

Para Lage (2001), a entrevista é um processo clássico de apuração de informação. É uma conversa com algum personagem que possua algum conhecimento específico sobre assuntos que ele tenha participado ou assistido, é, acima de tudo, uma forma de coleta de fatos e interpretações. “A entrevista é o procedimento clássico de apuração de informações em jornalismo. É uma expansão de consulta às fontes, objetivando, geralmente, a coleta de interpretações e a reconstituição de fatos.” (LAGE, Nilson. 2001, p. 73.)

“A entrevista deve ter começo, meio e fim. Planeje o tempo disponível, informe-se sobre o que vai perguntar. A falta de preparo pode dar ao entrevistado a chance de transformar a entrevista em palanque, púlpito ou algo semelhante.” (BARBEIRO e DE LIMA: 2002, p. 84.)

Para nossas entrevistas nós optamos por não fazer perguntas diretas para os entrevistados, ao invés, passamos por alguns tópicos e pedimos para que eles nos

falacem o que eles achavam de tal assunto. Obviamente que em alguns momentos tivemos que improvisar algumas perguntas para que a entrevista ficasse melhor encaminhada.

Antes de cada entrevista apresentávamos os tópicos para que os entrevistados pudessem se preparar. Contudo, pedimos para que eles não tentassem elaborar respostas forçadas ou tentassem nos responder o que nós queríamos ouvir, mas sim respondessem aquilo que realmente achavam certo.

3.3 Roteiro

Segundo Sheila (2006), os roteiros de documentário tendem a evoluir no curso da produção. Ele pode começar a tomar uma forma durante a pré-produção para que, então, seja revisado e reescrito durante a edição.

Para a maior parte dos programas, a narração amplificada a narrativa visual, razão pela qual roteiros não são escritos até que a edição esteja para começar ou já esteja acontecendo. Se as transcrições estiverem disponíveis, os cineastas, é frequente, montarão um roteiro em papel. O roteiro se erige sobre o tratamento original, mas leva em conta mudanças na história à medida que é filmada, e incorpora entrevista, sincornia e material de arquivo no arranjo que se tem em tela como projeto a ser seguido pelo editor. à medida que a edição avança, esse roteiro é revisado e reescrito, até que não mais sejam feitas mudanças. (BERNARD, Sheila Curran. 2007, p.164)

3.4 Processo de Produção da Websérie

Segundo Puchinni (2010), os documentários não nascem do acaso, mas sim, de embates negociados do cineasta e sua equipe. A produção, a constituição da temática do filme será decisiva na escolha de decisões no decorrer das situações enfrentadas pelo documentário. “A filmagem de uma entrevista pode também reservar surpresas para o documentarista advindas tanto da forma de comportamento do entrevistador como do conteúdo de suas falas.” (PUCHINNI, 2010)

Aquilo que entendemos por controle das situações de filmagem está relacionado a critérios que orientam o trabalho de fotografia do filme, a uma preparação adequada do ambiente de filmagem em que as condições de iluminação possam ser moldadas pelo diretor de fotografia, da montagem e afinação da luz ao trabalho de câmera. A preparação do ambiente de filmagem cria obrigatoriamente uma certa formalidade em torno evento que pode interferir na espontaneidade de seus participantes. Esse grau de formalidade pode variar em função dos locais em que essa filmagem ocorre: de um ambiente de estúdio, todo dominado por um aparato técnico, aos ambientes de convívio dos participantes, em que esse aparato técnico se vê obrigado a se ajustar às condições do meio. A escolha desses locais de filmagem pode ser determinante para a configuração estilística do filme. (PUCHINNI, Sérgio. 2010)

Antes de começarmos as filmagens das entrevistas, nós assistimos diversos tipos de documentários para assim chegarmos em uma decisão, final, de como seria feita a produção da websérie. Após uma longa pesquisa de referencias, nós chegamos a conclusão de que iríamos fazer as filmagens utilizando duas câmeras uma, principal, localizada mais a frente do entrevistado e outra secundaria, que ficaria localizada mais lateralmente. Esta principal iria ficar na frete do entrevistado, em um angulo em que ele não ficaria olhando para a câmera mas sim para o entrevistador, o plano utilizado seria o inteiro, ou seja, seria filmado o corpo inteiro do entrevistado. A secundaria iria pegar o entrevistado lateralmente, com planos médios e grandes, filmagens mais próximas

3.5 Diário de Bordo

Março começamos nossos encontros com a professora Flor. Os encontros foram muito produtivos, a professora gostou muito de nossa idéia, fazer um documentário sobre artistas independentes de Brasília . Começamos a projetar nosso roteiro e a decidir quais seriam os artistas que iríamos entrevistar.

Abril este foi um mês de mudanças. Quando começamos a fazer o roteiro, nós percebemos que não estávamos falando apenas de artistas independentes mas sim de toda uma nova geração de produtores culturais, empreendedores, artistas, criativos e jovens que estão dispostos a revolucionar a forma como estamos acostumados a trabalhar.

Chegamos a conclusão que seria inviável fazer um documentário sobre tudo isso, pois este é um assunto muito amplo. Decidimos então fazer uma web série que seria dividida em diversos episódios e cada episódio iria focar em um tipo de profissional. Para o episódio piloto, que seria o apresentado no TCC decidimos fazer sobre artistas visuais.

Decidimos, também, que seria interessante fazer uma pequena introdução no começo do video explicando todo o contexto em que estamos vivendo e de onde surgiu a idéia para este projeto.

Maio o mês das entrevistas.

3 de Maio aconteceu nossa primeira entrevista com o artista plástico e grafiteiro Pedro Sanegon, o Gurulino. Nós fizemos contato com ele pelo facebook e combinamos de nos encontrarmos as 8 horas da manhã na padaria da 114 norte. Escolhemos esse local pois o Pedro mora nesta quadra e ele iria fazer um grafite em uma banca por lá. Ele chegou um pouco atrasado mas foi sempre muito simpático. Assim que ele chegou já fomos para a banca começar os trabalhos. Gurulino começou organizando seu espaço e suas equipamentos de trabalho, enquanto nós fomos nos organizando para fazermos boas imagens. A sessão de grafite deve ter levado umas 2 horas para acabar.

Depois de terminar o grafite nós fomos fazer a entrevista em sua casa que fica nas proximidades. Tivemos que fazer a entrevista em um local fechado pois não conseguimos pegar a lapela emprestada no Ceub. A conversa com Gurulino foi muito produtiva, ele se mostrou muito interessado pelo assunto e não se mostrou inseguro diante as lentes da câmera.

5 de Maio encontramos com os irmãos Rodrigo e Tais Koshino. O encontro se deu no atelie em que ambos trabalham, que fica na UnB (Universidade de Brasília).

Quando chegamos os dois estavam trabalhando com mais alguns artistas. Aproveitamos pra fazer algumas imagens de cobertura deles trabalhando. Começamos entrevistando o Rodrigo. Fomos para o anfiteatro do IdA (Instituto de Artes). No começo Rodrigo se mostrou um pouco inseguro mas depois foi se soltando. A conversa foi bem interessante e bem diferente da com Gurulino, pelo fato de Rodrigo ser bem mais jovem. Depois entrevistamos a Tais no prédio do IdA. Foi uma conversa muito boa também, no começo se mostrou insegura, assim como o irmão, mas depois foi se soltando.

8 de Maio entrevistamos o grafiteiro Daniel Toys. Nós fomos até seu atelie na 315 norte. Eles nos recebeu muito bem e foi muito simpático. Seu atelie fica no subsolo da quadra. Um espaço muito despojado e colorido, percebe-se logo de cara que é um ambiente de trabalho de algum tipo de artista. Tivemos uma conversa muito produtiva. O Daniel se encaixou perfeitamente em nossa web série. Depois da entrevista fizemos algumas imagens de cobertura pelo atelie.

11 de Maio esse dia fomos nos encontrar com o artista plástico e idealizador da Feira Livre, Artur Cavalcanti. Fomos em seu atelie na 216 norte. Estava um pouco bagunçado pois eles tinham acabado de mudar para o local, que era uma pequena sala em cima da quadra comercial. Tivemos uma conversa muito interessante com o Artur. O único problema que tivemos foi com a luz, mas no final deu tudo certo.

15 de Maio tivemos uma de nossas melhores entrevistas esse dia. Nós fomos na casa do VJ Artur Pessoa para fazermos uma entrevista. Quando chegamos lá descobrimos que sua mulher, Julia Oga, que também é VJ estava interessada em fazer uma entrevista conosco. Ambas as entrevistas foram muito boas mas a da Julia em especial foi muito interessante pois ela havia acabado de deixar de trabalhar em um emprego fixo e seguro para tentar viver daquilo que gosta. Neste mesmo dia fomos fazer algumas imagens do Artur trabalhando como VJ na festa Moranga.

18 de Maio reservamos esse dia para fazer algumas imagens de grafites pela cidade dos artistas que entrevistamos, Gurulino e Toys. Fizemos imagens basicamente pela asa norte onde encontra a maior parte de suas artes.

24 de Maio neste dia estava acontecendo a quarta edição da Feira Livre, então aproveitamos para passar lá e fazer algumas imagens.

3.6 Tópicos Realizados nas Entrevistas

Esses foram os tópicos que utilizamos para encaminhar nossas entrevistas:

- Artista independente;
- Do it yourself;
- Brasília;
- Internet e redes sociais;
- Realizações pessoais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho obteve os resultados esperados, pois conseguimos retratar alguns artistas da nossa cidade que trabalham de forma autônoma. Tínhamos uma perspectiva do que estava acontecendo ao nosso redor em Brasília. Várias pessoas, das mais diferentes áreas estavam “fazendo acontecer”. De forma criativa e colaborativa, eles estavam dando uma nova cara à personalidade de Brasília. E poucos, ou ninguém estavam ali para documentar essa nova transformação da cidade. Mais do que documentar, estávamos ansiosos a fazer parte daqueles que estão “fazendo acontecer”. Essa ansiedade somada ao compromisso acadêmico do TCC nos impulsionou a criar este projeto. A idéia era retratar a perspectiva de uma geração que tem novos anseios, novas formas de trabalhar, novas metas e uma nova definição de sucesso. Não é fácil perceber uma revolução quando se está no meio dela. E é neste contexto em que a sociedade contemporânea se encontra. Após a Revolução Digital, tudo mudou e isto acontece em todo planeta. Pegamos o recorte de Brasília e fomos atrás dos artistas que nos inspiram. Eles nos ajudaram a entender como eles trabalham de forma independente e qual suas perspectivas sobre essas mudanças. Imaginamos que agora, com este trabalho, novos profissionais possam se inspirar e acreditar que este estilo de vida seja algo real e possível.

REFÊNCIAS

BARBEIRO, Heródoto e DE LIMA, Paulo Rodolfo. Manual de telejornalismo- Os segredos da notícia na TV. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

BERNARD, Sheila Curran. Documentário: Técnicas Para Uma Produção De Alto Impacto. São Paulo: Elsevier Brasil, 2007.

BOX 1824. All work and all play. 15 jun 2012. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=F12DAS-ZNDY>> Acesso em: 30 abril 2015

BRITISH COUNCIL. Mapping the creative industries: the UK context. London, Oct. 2005. p.5.

COLAÇO, Ally. **Cinema na escola: um ensinar que (me) ensina**. Disponível em:
<<http://cineducacao.blogspot.com.br/2010/04/video-reportagem-x-documentario.html.2010.>> Acesso em: 25 abr. 2015.

EDEIMAN. Geração Y ganhou poder de influência, diz estudo. 8 dez. 2012
Disponível em: <<http://www.edelman.com.br/news/8095/>> Acesso em: 28 abril 2015.

HOWE, Neil; STRAUSS, William. Millennials Rising: The Next Great Generation. Virginia: Knopf Doubleday Publishing Group, 2009

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. Aleph, ed.2, 2009.

KNOBEL, Michele; LANKSHEAR, Colin. Remix: The Art and Craft of Endless Hybridization . Journal of Adolescent & Adult Literacy, set.2008
Disponível em: <<http://crawl.prod.proquest.com.s3.amazonaws.com/fpcache/a0ffa5e7115d980826f5343fc070956d.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJF7V7KNV2KKY2NUQ&Expires=1434058295&Signature=gpGfh82yINKSIhCMAM5U%2BLDcBrc%3D>>
Acesso: 26 abril 2015.

LAGE, Nilson. A Reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2001.

LE MOS, André. Ciber-cultura-Remix. São Paulo, agos. 2005
Disponível em: < http://www.hrenato.net/cursos/textos/andrelemos_remix.pdf> Acesso em: 5 maio 2015.

LE MOS, Ronaldo; CACCURI, Vivian. Arte, Tecnologia, Ilegalidade: o futuro da Criatividade. Rio de Janeiro, mar. 2012.

Disponível em: < <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/2666/CL02%20-%20Ronaldo%20Lemos%20e%20Vivian%20Caccuri%20%20Arte%2c%20tecnologia%20e%20il%20igualdade%20-%20o%20futuro%20da%20criatividade.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> Acesso em: 8 maio 2015.

MIGUEZ, Paulo. Economia criativa: uma discussão preliminar. NUSSBAUMER, Gisele Marchiori (Org.). Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares. Salvador: EDUFBA, 2007. Coleção CULT, 1. p.96-97.

MORACE, Francesco. Consumo Autoral. As gerações como empresas criativas. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2009.

MUSACCHIO, Cláudio de. Millennials : A geração que está mudando o Mundo. Rio Grande do sul, jun. 2012.

Disponível em: <<http://www.baguete.com.br/colunistas/colunas/824/claudio-de-musacchio/24/06/2012/millennials-a-geracao-que-esta-mudando-o-mund>> Acesso em: 28 abril 2015.

NICHOLS, Bill; MARTINS, Mônica Saddy. São Paulo: Introdução ao documentário. Papyrus Editora, 2005. p. 48

PUCCINI, Sérgio (2008). *Roteiro de documentário, da pré-produção à pós-produção*. Campinas: Papyrus Editora.

WACHOWICZ, Marcos; CRUZ, Rodrigo Otávio. Liinc em Revista, Rio de Janeiro v.7, n.2, p. 556 – 572, out.2011.

Disponível em: <<http://revista.ibict.br/liinc/index.php/liinc/article/view/442/323>> Acesso em: 5 maio 2015.

APÊNDICE

ROTERIO INTRODUÇÃO

Locutor fala: "DO IT YOURSELF"

DO IT YOURSELF uma expressão que traduzida ao pé da letra seria algo como FAÇA VOCÊ MESMO ou como nós traduzimos para nosso projeto: COM AS PRÓPRIAS MÃOS.

Mas de onde surgiu a idéia para este projeto?

"Vamos para os anos 70. Estamos no auge da Disco Music. O estilo de música que virou um movimento de liberdade de expressão, liderado pelos gays, negros e latinos heterossexuais. E que na realidade não tem absolutamente nada a ver com o que quero te falar.

Que é, o movimento punk rock."

"O punk foi um movimento que também surgiu nos anos 70 mas ele seguia uma ideologia um poquinho diferente da galera da Disco music. Os punks pregavam o Do It Yourself como uma "escapatória" do capitalismo. Para evitar pagar profissionais para gravar, produzir e mixar as bandas faziam tudo por si próprios. Os jovens faziam suas próprias roupas e criavam suas próprias formas de se expressar como..."

Locutor sai do personagem:

"éé não espera. Na verdade vamos começar mais cedo.. "

DO IT YOURSELF

(digitação vai sendo apagada e escrita novamente.)

FAÇA VOCÊ MESMO

(digitação vai sendo apagada e escrita novamente.)

COM AS PRÓPRIAS MÃOS.

(Entra outra tela)

(Começa música temática anos 70)

(Cenas de pessoas dançando disco music)

(Começa música temática punk)

(Cenas de pessoas punks)

(Corte na música)

(Aparece imagem da Europa pós guerra)

Locutor volta ao personagem:

“Estamos em 1945 na Europa onde a 2 guerra mundial acabou de acabar e suas sequelas na sociedade são enormes. Muitas pessoas perderam quase tudo. A falta de material forçou a população a fazer "com as próprias mãos" tudo aquilo que precisavam, transformavam os restos de madeira em móveis, tecidos em roupas e sapatos em comida (ééé acho que eles não chegaram a tanto). Mas enfim, daí então foi que surgiu o termo DO IT YOUR...”

Locutor sai do personagem:

“Calma calma não é aqui que eu quero começar não.. Pronto! Para! Agora sim. “

Locutor volta ao personagem:

“Estamos na África a mais ou menos 200.000 anos atrás. Onde nossos ancestrais Homo Sapiens estão começando a fazer as suas próprias ferramentas, com pedras, madeiras e ossos. E não apenas estão fazendo como também estão retratando os acontecimentos, através da arte rupestre.”

A verdade é que o ser humano sempre procurou um jeito de se expressar e fazer aquilo que acha necessário com as próprias mãos.

E é exatamente isso que significa COM AS PRÓPRIAS MÃOS.

Mas como esse movimento se expressa nos dias atuais?

Hoje vivemos em um mundo onde o acesso às ferramentas e informação esta a apenas um clique.

Agora é possível encontrar meios de educação informal, se qualificar como bem entender e fazer acontecer, com as próprias mãos, aquilo que acredita.

Pode ser o próprio negocio, ou até de uma idéia e divulga-los da maneira que lhe convém, podendo tomar proporções globais com a ajuda da internet e das redes sociais.

Os jovens que cresceram nesta realidade, a famosa geração y, estão mudando a forma como o mercado de trabalho funciona.

(Cenas da Europa aparecem na tela)

(Cena Charlie Chaplin comendo sapato)

(Corte na musica)

(Cenas Homo Sapiens)

(Cenas acabam)

(Cenas que complementam o texto aparecem)

Estão preocupados em participar de projetos que os façam compreender e evoluir em seus anseios. Buscam organizações que lhes dêem flexibilidade de horários, liberdades para exprimirem suas ideias, comportamentos e vestuários. Querem trabalhar mais, mas do jeito deles. Além de ter um emprego, se tornou importante ter um propósito que pode ser exercido de várias formas ao mesmo tempo.

Então queremos mostrar nesta pequena web série quem são esses jovens, ou não tão jovens assim, e como eles estão fazendo tudo isso virar realidade.

No nosso primeiro episódio fomos conversar com alguns artistas que trabalham, em Brasília, de forma independente fazendo e divulgando seu próprio trabalho.

ANEXO

LEI DE DIREITOS AUTORAIS

De acordo com o art. 46, incisos I, III e VI, e art. 48, da Lei no. 9.610/1998, referente às limitações aos direitos autorais:

Art 46. Não constitui ofensa aos direitos autorais: I - a reprodução: (...)

III - a citação em livros, jornais, revistas ou qualquer outro meio de comunicação, de passagens de qualquer obra, para fins de estudo, crítica ou polêmica, na medida justificada para o fim a atingir, indicando-se o nome do autor e a origem da obra;

(...)

VI - a representação teatral e a execução musical, quando realizadas no recesso familiar ou, para fins exclusivamente didáticos, nos estabelecimentos de ensino, não havendo em qualquer caso intuito de lucro;

Art. 48. As obras situadas permanentemente em logradouros públicos podem ser representadas livremente, por meio de pinturas, desenhos, fotografias e procedimentos audiovisuais.